

# **Jahresergebnis 2009**

## **Medienpräsentation**

**Zürich, 30. März 2010**

# Agenda

## → Übersicht

Ergebnisse und  
MILESTONE-Update

Ausblick

**Bruno Pfister**

Thomas Buess

Bruno Pfister

# Übersicht:

## Entscheidende Kennzahlen verbessert

- Jahresergebnis aus fortgeführtem Geschäft auf CHF 324 Mio. gesteigert (2008: CHF –1,1 Mrd.)
- Prämienwachstum währungsbereinigt von 12 % durch wiedergewonnene Dynamik
- Nettoanlagerendite auf 3,9 % verbessert (2008: 0,3 %)
- Gruppensolvabilität auf 164 % erhöht (2008: 158 %)
- Operative Kosten um 10 % gesenkt
- Verlagerung zu modernen Vorsorgelösungen und Risikoprodukten macht gute Fortschritte, Vertriebsvolumen über AWD gesteigert
- AWD seit 3. Quartal 2009 operativ profitabel
- Wert des Neugeschäfts leicht angestiegen von CHF 4 Mio. auf CHF 123 Mio., Marge des Neugeschäfts auf 0,9 % gefallen (2008: 1,1 %)
- AWD mit lokalem EBIT-Verlust von EUR 41 Mio. durch Restrukturierungsaufwendungen und Sondereffekte
- Eigenkapitalrendite von 4,0 %

# Ergebnis 2009

Jahresergebnis (fortgeführtes Geschäft)	➔	CHF 324 Mio.	+CHF 1,5 Mrd.
Betriebsergebnis	➔	CHF 562 Mio.	+CHF 1,4 Mrd.
Marge Neugeschäft (in % des PVNBP <sup>1)</sup> )	➔	0,9 %	-0,2 Ppkt.
Prämienvolumen (währungsbereinigt)	➔	CHF 20,2 Mrd.	+12 %
Eigenkapital (vor Minderheitsanteilen)	➔	CHF 7,2 Mrd.	+9 %
Gruppensolvabilität	➔	164 %	+6 Ppkt.
Dividende (Vorschlag)	➔	CHF 2.40	-CHF 2.60

1) Present value of new business premiums (Barwert der Prämien des Neugeschäfts)

# Agenda

Übersicht

Bruno Pfister

→ **Ergebnisse und  
MILESTONE-Update**

**Thomas Buess**

Ausblick

Bruno Pfister

# Erfolgsrechnung

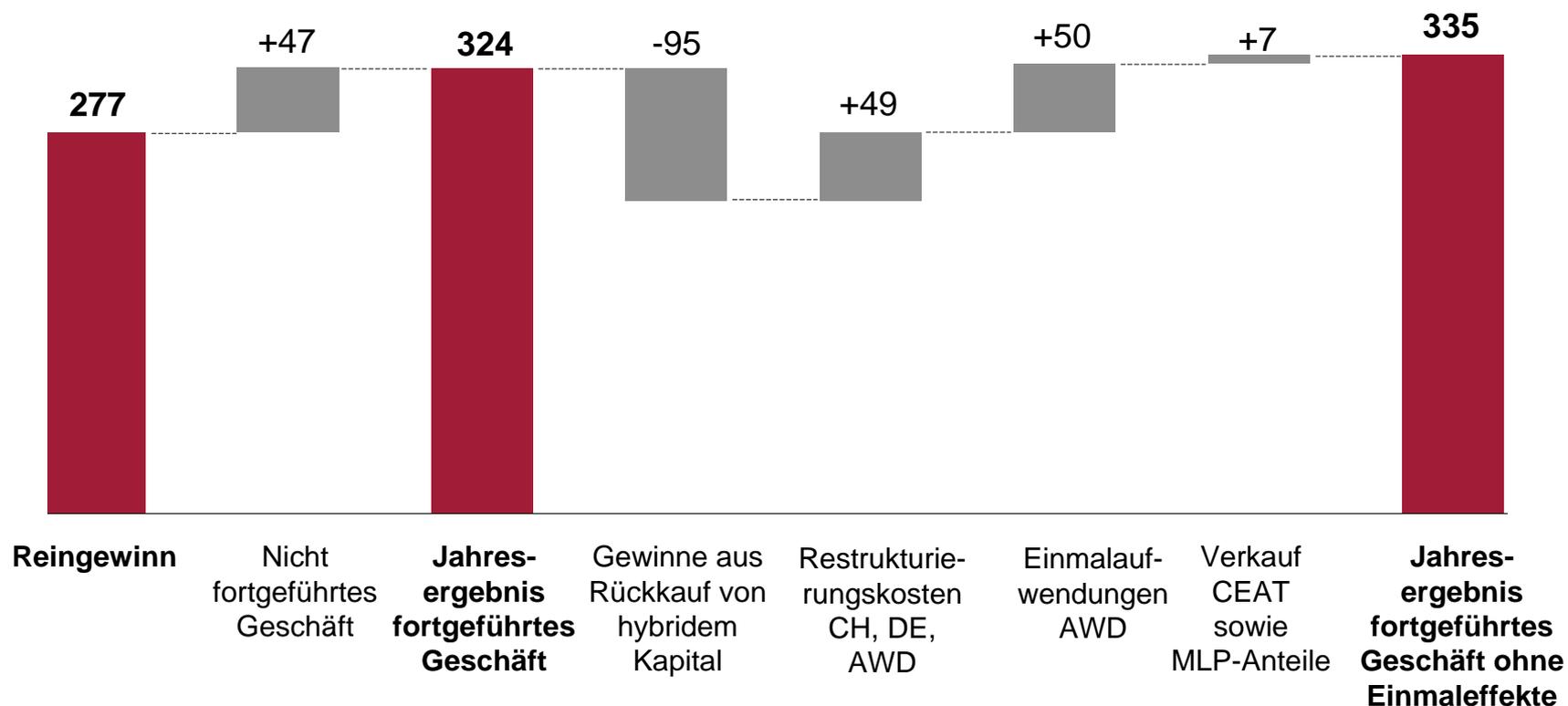
Mio. CHF (Basis: IFRS)

<b>Fortgeführtes Geschäft</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
Verbuchte Bruttoprämien, Policengeb., erhaltene Einlagen	18 515	20 219
Ertrag aus Gebühren, Kommissionen und Provisionen	950	934
Finanzergebnis (auf Rechn. u. Risiko der Gruppe)	388	4 570
Versicherungsleistungen und Schadenfälle (netto)	-12 915	-11 884
Überschussbeteiligung der Versicherungsnehmer	429	-1 539
Betriebsaufwand	-3 319	-3 478
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>-842</b>	<b>562</b>
Fremdkapitalkosten	-181	-141
Ergebnisanteile an assoziierten Unternehmen	-149	6
Ertragssteueraufwand	29	-103
<b>Jahresergebnis aus fortgeführtem Geschäft</b>	<b>-1 143</b>	<b>324</b>
Jahresergebnis aus nicht fortgeführtem Geschäft	1 488	-47
<b>Reingewinn</b>	<b>345</b>	<b>277</b>
Ergebnis je Aktie aus fortgeführtem Geschäft (in CHF) <sup>1)</sup>	-35.37	10.33
Ergebnis je Aktie (in CHF) <sup>1)</sup>	10.88	8.83

1) Verwässert, auf Basis von 31 706 425 Aktien 2009 und 32 169 248 Aktien 2008

# Bedeutende Einmaleffekte 2009

Mio. CHF<sup>1)</sup> (Basis: IFRS)



1) Nach Überschussbeteiligung der Versicherungsnehmer und Steuern

# Versicherungsgeschäft Schweiz

Mio. CHF (Basis: IFRS; MCEV)

	2008	2009	Veränderung	
Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen	8 172	7 518	-8%	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Kollektivversicherung: -3 % ohne Einmaleffekt; weniger Kündigungen</b></li> <li>▪ <b>Einzelversicherung: +2 %; Anstieg im Neugeschäft</b></li> </ul>
Operative Kosten	-596	-513	-14%	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Auswirkung der Kostensenkungsinitiativen</b></li> </ul>
Segmentergebnis	-748	467	n. a.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Höhere Kapitalerträge und Sparmassnahmen</b></li> </ul>
Neugeschäftsvolumen (PVNBP <sup>1</sup> )	3 824	3 396	-11%	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>+15 % nach Anpassung der Prämienbestimmung für 2008</b></li> </ul>
Neugeschäftsmarge (in % des PVNBP)	1,2%	0,3%	-0,9 Ppkt.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Eliminierung von Liquiditätsprämien, tiefere Zinssätze und höhere Volatilitäten</b></li> </ul>
MCEV	1 201	1 513	+26%	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Marktstabilisierung und Normalisierung der Kreditspannen</b></li> </ul>

1) Present value of new business premiums (Barwert der Prämien des Neugeschäfts)

# Versicherungsgeschäft Frankreich

Mio. EUR (Basis: IFRS; MCEV)

	2008	2009	Veränderung	
Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen	3 630	3 507	-3%	▪ Ohne Einmaleffekt +5%; Markt +9%
Operative Kosten	-299	-305	+2%	▪ Stabile Kosten trotz Wachstum
Segmentergebnis	24	106	+342%	▪ Höhere Kapitalerträge und CEAT-Verkauf
Neugeschäftsvolumen (PVNBP <sup>1)</sup> )	2 526	3 135	+24%	▪ Auswirkung durch Wechsel zu MCEV in der Krankenversicherung
Neugeschäftsmarge (in % des PVNBP)	1,3%	0,9%	-0,4 Ppkt.	
MCEV	1 128	1 298	+15%	▪ Primär zurückzuführen auf Normalisierung der Kreditspannen und Aktienperformance

1) Present value of new business premiums (Barwert der Prämien des Neugeschäfts)

# Versicherungsgeschäft Deutschland

Mio. EUR (Basis: IFRS; MCEV)

	2008	2009	Veränderung	
Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen	1 245	1 436	+15%	▪ Wachstum 7% über Markt; primär dank Kapitalisierungsprodukt und BUZ <sup>1)</sup>
Operative Kosten	-114	-117	+3%	▪ Projektportfolio zur Umsetzung strategischer Initiativen erweitert
Segmentergebnis	19	61	+221%	▪ Stark verbessertes Finanzergebnis; positiver steuerlicher Einmaleffekt von rund EUR 20 Mio.
Neugeschäftsvolumen (PVNBP <sup>2)</sup> )	909	1 069	+18%	▪ Höheres Volumen mit Risikoprodukten <sup>3)</sup>
Neugeschäftsmarge (in % des PVNBP)	0,9%	1,3%	+0,4 Ppkt.	▪ Risikoprodukte mit höheren Margen
MCEV	352	339	-4%	▪ Eliminierung von Liquiditätsprämien (keine Kompensation durch Reduktion der Kreditspannen)

1) Berufsunfähigkeits-Zusatzversicherung

2) Present value of new business premiums (Barwert der Prämien des Neugeschäfts)

3) Ohne Kapitalisierungsprodukt

# Versicherungsgeschäft Übrige<sup>1)</sup>

Mio. CHF (Basis: IFRS; MCEV)

	2008	2009	Veränderung	
Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen	2 639	5 263	+99%	▪ <b>Starkes Wachstum; primär dank PPLI und Corporate Solutions</b>
Operative Kosten	-87	-101	+16%	▪ <b>Investitionen in Wachstum und Produktplattformen</b>
Segmentergebnis	-36	-43	-19%	▪ <b>Stabil bleibende Kostenbasis für PPLI trotz starkem Wachstum</b>
Neugeschäftsvolumen (PVNBP <sup>2,3)</sup> )	1 987	4 755	+139%	▪ <b>Neugeschäft PPLI</b>
Neugeschäftsmarge <sup>3)</sup> (in % des PVNBP)	0,6%	1,0%	+0,4 Ppkt.	▪ <b>Volumeneffekte</b>
MCEV <sup>3)</sup>	161	190	18%	▪ <b>Wert Neugeschäft</b>

1) Umfasst die Bereiche Private Placement Life Insurance (PPLI), Corporate Solutions, Swiss Life Products und Payment Protection Insurance (PPI)

2) Present value of new business premiums (Barwert der Prämien des Neugeschäfts)

3) Nur PPLI und Corporate Solutions

# AWD

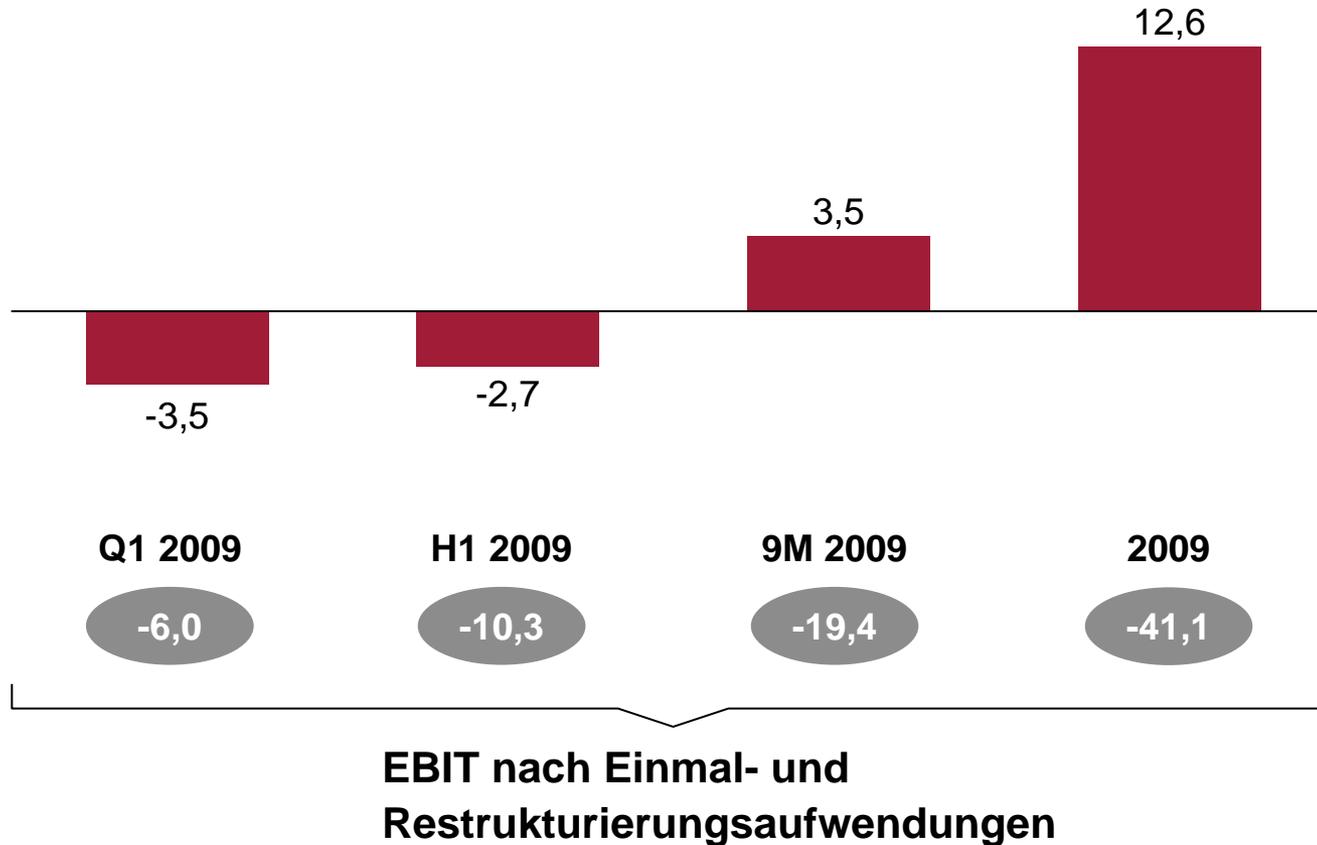
AWD Gruppe, lokaler Abschluss, Mio. EUR (Basis: IFRS)

	2008	2009	Veränderung
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>633,0</b>	<b>528,7</b>	-16% ▪ Neuausrichtung in Österreich und UK
Deutschland	385,6	344,2	
Österreich, CEE	114,5	68,4	
UK	63,6	43,0	
Schweiz	69,3	73,1	
<b>EBIT</b>	<b>19,7</b>	<b>-41,1</b>	n. a. ▪ Positiver EBIT von EUR 12,6 Mio. vor Einmal- und Restrukturierungsaufwendungen
Deutschland	72,3	28,8	
Österreich, CEE	4,2	-42,3	
UK	-24,9	1,2	
Schweiz	5,3	6,2	
Holding	-37,2	-35,0	
<b>Finanzberater<sup>1)</sup></b>	<b>5 937</b>	<b>5 342</b>	-10% ▪ Höhere Beratungsqualifikationen im Einklang mit regulatorischen Anforderungen
<b>Beratene Kunden<sup>1)</sup></b>	<b>423 188</b>	<b>436 380</b>	+3% ▪ Gesteigerte Beratungstätigkeit

1) ohne Rumänien und Kroatien

# AWD: operativer Gewinn vor Einmal- und Restrukturierungsaufwendungen

Mio. EUR



# Kostenentwicklung

Mio. CHF (Basis: IFRS)

	2008	2009	Veränderung
<b>Total Betriebsaufwand</b>	<b>3 319</b>	<b>3 478</b>	+5% / +159
Provisionen und Veränderung der aktivierten Abschlusskosten	-1 403	-1 598	
AWD Q1 2008	86		
<b>Betriebsaufwand</b>	<b>2 002</b>	<b>1 880</b>	-6% / -122
Einmal- und Restrukturierungsaufwendungen 2009		-128	
Währungseffekt	-57		
<b>Operative Kosten I</b>	<b>1 945</b>	<b>1 752</b>	-10% / -193
Restrukturierungsaufwendungen 2008	-54		
<b>Operative Kosten II</b>	<b>1 891</b>	<b>1 752</b>	-7% / -139



# Anlageergebnis

Mio. CHF (Basis: IFRS) – auf eigenes Risiko gehaltene Kapitalanlagen im Versicherungsgeschäft

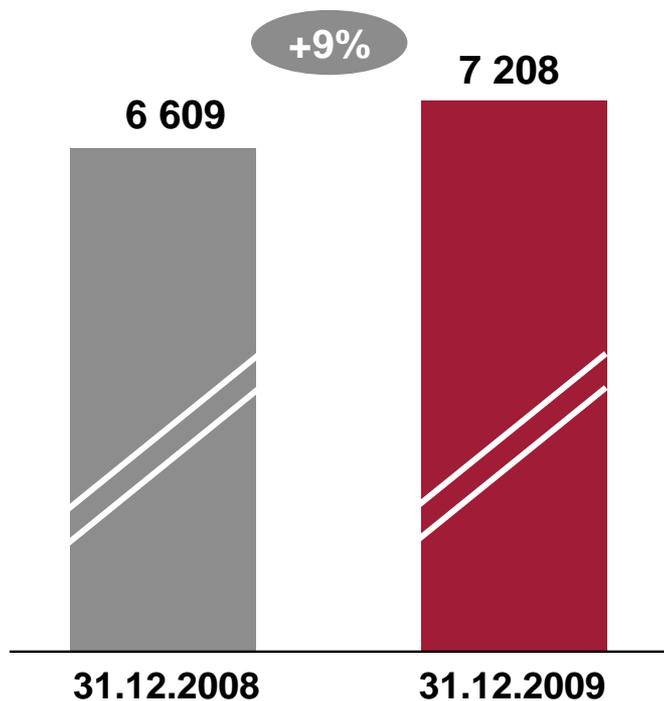
	2008 <sup>1)</sup>	2009
Direkte Erträge aus Kapitalanlagen	4 509	4 164
Direkte Erträge aus Kapitalanlagen in %	4,1%	3,8%
Kosten	-184	-191
Nettokapitalgewinne/-verluste und Wertberichtigungen	-4 036	357
Nettokapitalerträge	289	4 330
Nettoanlagerendite	0,3%	3,9%
Veränderung der nicht realisierten Gewinne/Verluste auf Kapitalanlagen (netto)	282	1 591
Total Kapitalerträge	571	5 921
Gesamtpformance in %	0,5%	5,4%
Durchschnittliche Kapitalanlagen (netto)	110 591	110 089
Gesamte Anlageperformance (Fair Value) in %	-0,7%	7,5%

1) Früher ausgewiesene Zahlen inkl. konzerninternen Darlehen und Swiss Life Gestion

# Eigenkapital und Gruppensolvabilität

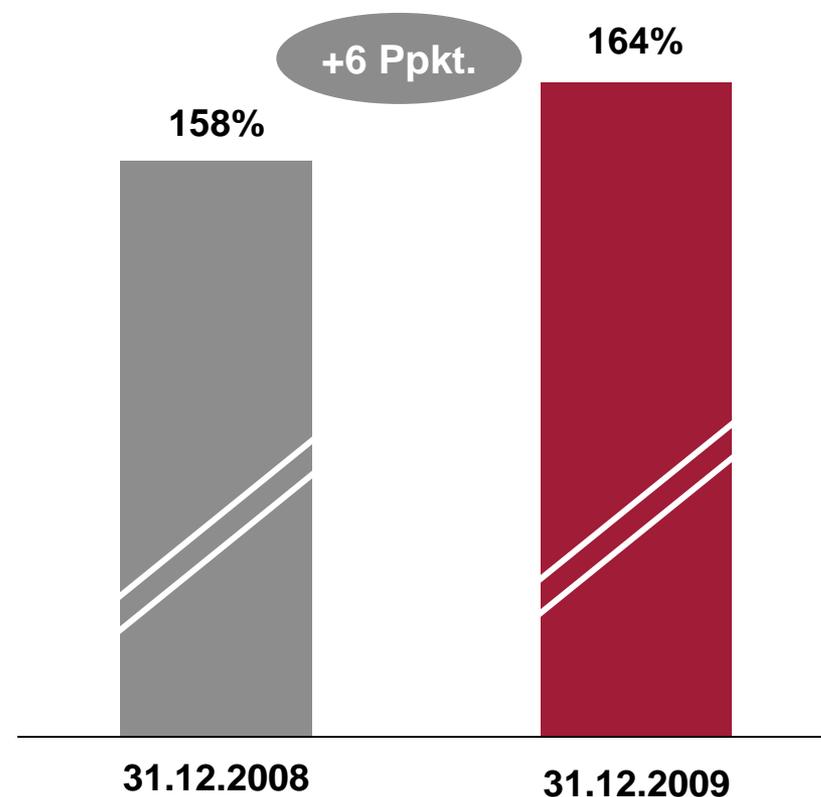
## Eigenkapital

Mio. CHF (Basis: IFRS)



## Gruppensolvabilität

(Basis: Eigenkapital gemäss IFRS)

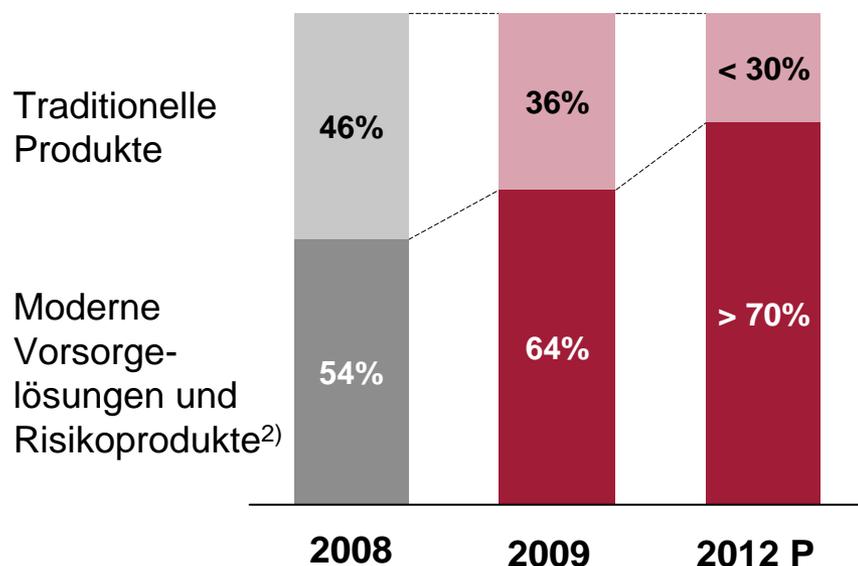


# Programm MILESTONE

MILESTONE	Ziele		
1 Kundennutzen und Profitabilität erhöhen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fokus: Wert und Gewinnmargen des Neugeschäfts</li> <li>▪ Moderne Produkte und Risikoprodukte fördern</li> </ul>	«Wir wachsen – aber nicht auf Kosten der Profitabilität»	5 Diszipliniert umsetzen
2 Vertriebskraft und -qualität stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mehrkanalvertrieb optimieren</li> <li>▪ AWD-Potenzial voll ausschöpfen</li> </ul>	«Wir wachsen verstärkt via Drittkanäle und AWD»	
3 Operative Effizienz steigern	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kostenziel 2012 verfolgen</li> <li>▪ Kontinuierliche Verbesserung anstreben</li> </ul>	«Wir halten die Kosten tief»	
4 Bilanz stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Initiativen zur Optimierung von Bestandsgeschäft und Risikokapital lancieren</li> </ul>	«Wir bewirtschaften Bestand und Kapital aktiv»	

## Verlagerung auf moderne Vorsorgelösungen und Risikoprodukte ist auf Kurs

Neuer Produktmix  
(Basis: NBP<sup>1</sup>)



- Produkttransformationspläne und -tracking eingeführt
- Attraktive neue Produkte für die Verlagerung auf moderne Vorsorgelösungen und Risikoprodukte:
  - CH: Swiss Life Champion Duo
  - FR: Swiss Life Objectif (strukturierte Produkte)
  - DE: Neuausrichtung der Risikoprodukte
- Wachstum von PPLI trug wesentlich zur Verlagerung bei

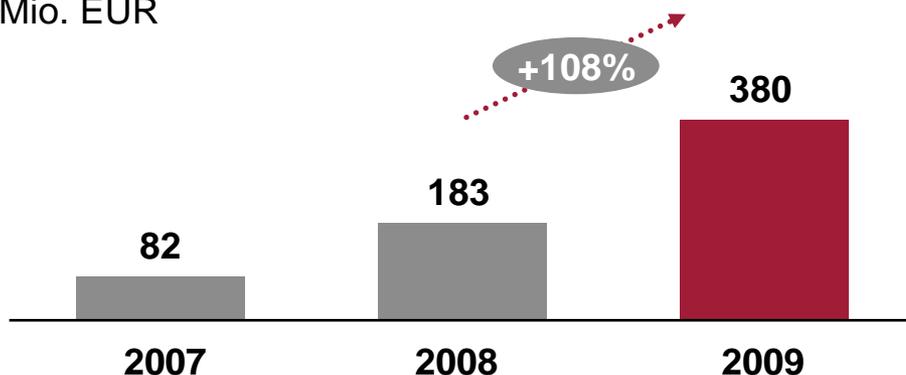
1) Neugeschäftsproduktion (Einmalprämie + periodische Prämie x Laufzeit)

2) Inkl. Krankenversicherung

# Neugeschäftsproduktion durch erfolgreiche Partnerschaft mit AWD markant gesteigert

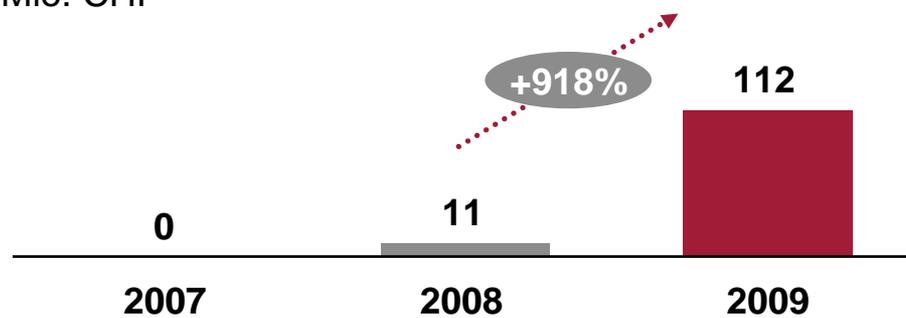
## Verkauf von Swiss Life-Produkten über AWD in Deutschland

Mio. EUR



## Verkauf von Swiss Life-Produkten über AWD in der Schweiz

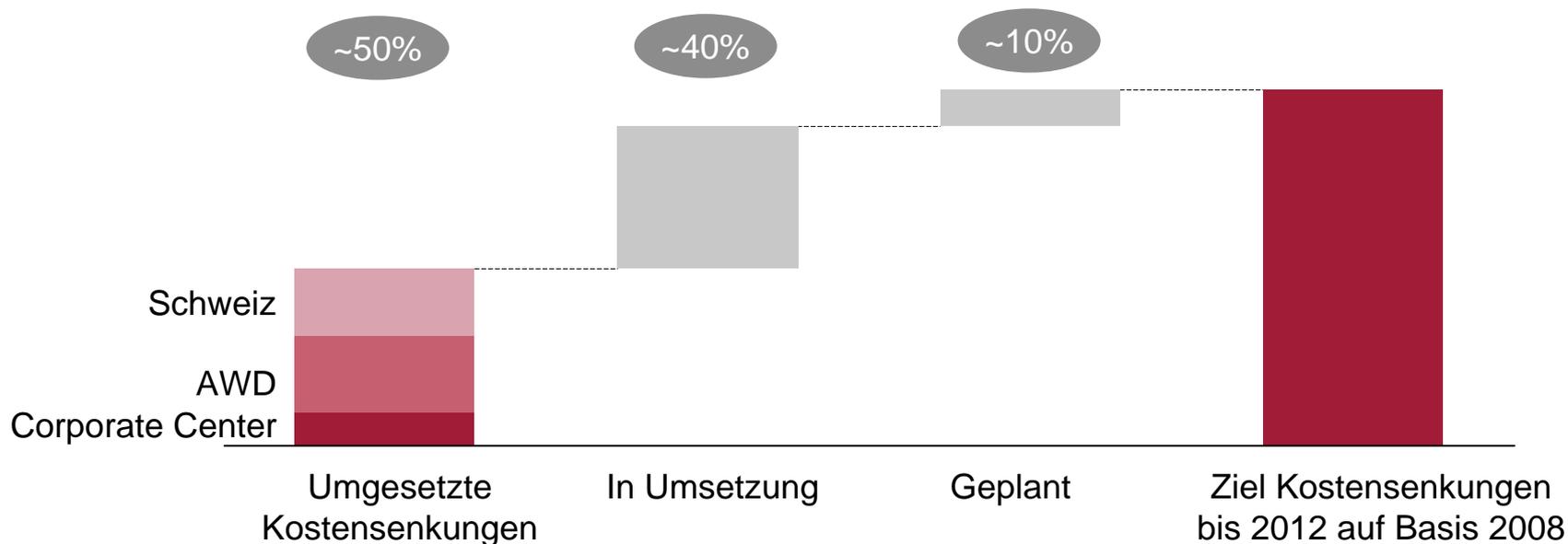
Mio. CHF



**Ziel für 2012:**  
20 bis 25% Anteil  
von Swiss Life-  
Produkten in  
relevanten AWD-  
Produktkategorien

# Kostensenkungsinitiativen zu 50% umgesetzt

Stand der Kostensenkungsinitiativen 2009 bis 2012 per Jahresende 2009



## Wichtigste Erfolge

- Über 300 von insgesamt 500 MILESTONE-Initiativen zur Effizienzsteigerung sind definiert
- Kumulative Restrukturierungsaufwendungen von CHF 148 Mio. per Jahresende 2009

# MILESTONE ist auf Kurs

<b>1</b> <b>Kundennutzen und Profitabilität erhöhen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Margenmanagement</li> <li>▪ Verlagerung auf moderne Vorsorgelösungen und Risikoprodukte</li> </ul>	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	<b>5</b> <b>Diszipliniert umsetzen</b> <input checked="" type="checkbox"/>
<b>2</b> <b>Vertriebskraft und -qualität stärken</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Multikanalvertrieb</li> </ul>	<input checked="" type="checkbox"/>	
<b>3</b> <b>Operative Effizienz steigern</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Reduzierte Kostenbasis</li> </ul>	<input checked="" type="checkbox"/>	
<b>4</b> <b>Bilanz stärken</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Verbesserte Solvabilität</li> </ul>	<input checked="" type="checkbox"/>	

# Agenda

Übersicht

Bruno Pfister

Ergebnisse und  
MILESTONE-Update

Thomas Buess

→ **Ausblick**

**Bruno Pfister**

# Wrap-up

- ✓ Ergebnis aus fortgeführtem Geschäft markant verbessert
- ✓ Gutes Prämienwachstum erzielt mit tieferen operativen Kosten
- ✓ Starke Nettoanlagerendite bei unveränderter Risikobereitschaft erzielt
- ✓ IFRS-Eigenkapital und Gruppensolvabilität verbessert



# Bestätigung der MILESTONE-Ziele bis 2012

MILESTONE	Ziele	
<b>1 Kundennutzen und Profitabilität erhöhen</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Neugeschäftsmarge &gt; 2,2%</li><li>▪ Über 70% des Neugeschäfts mit modernen Vorsorgelösungen und Risikoprodukten</li></ul>	<b>5</b> <b>Diszipliniert umsetzen</b>  <b>Regelmässiges Reporting über Erreichtes, Herausforderungen und Massnahmen</b>
<b>2 Vertriebskraft und -qualität stärken</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ 20 bis 25% Anteil von Swiss Life-Produkten in relevanten AWD-Produktkategorien</li></ul>	
<b>3 Operative Effizienz steigern</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ CHF 350 bis 400 Mio. weniger Kosten gegenüber 2008</li></ul>	
<b>4 Bilanz stärken</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ RoE 10 bis 12%</li><li>▪ Dividendenausschüttungsquote 20 bis 40%</li></ul>	

# **Jahresergebnis 2009**

## **Anhang**

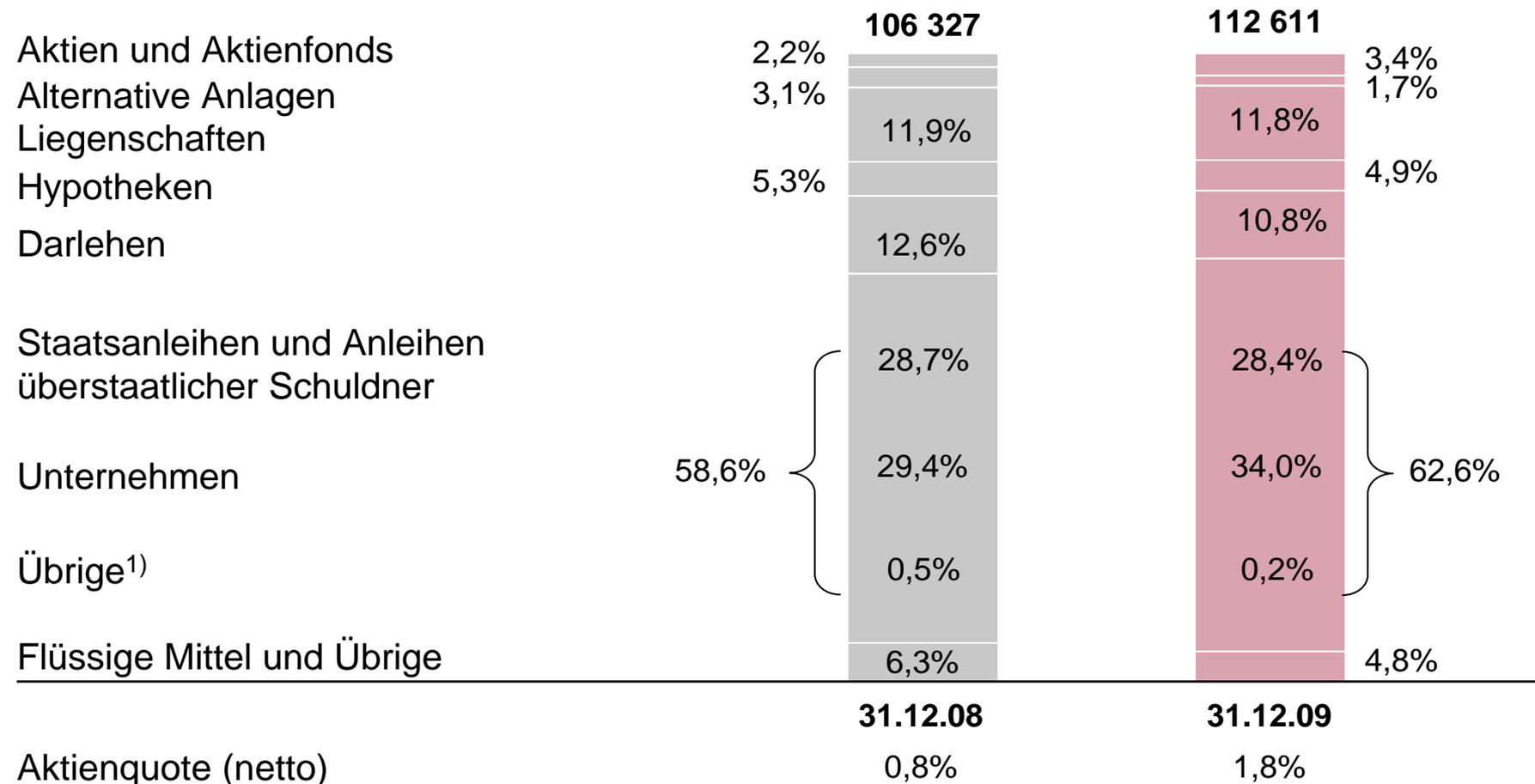
# Investment Management

Mio. CHF (Basis: IFRS)

	2008	2009	Veränderung	
Gesamtertrag	273	257	-6%	▪ Vor allem zurückzuführen auf Auslagerung von Banca del Gottardo-Fonds Ende 2008
Betriebsaufwand	-179	-180	+1%	▪ Effizienzsteigerung neutralisiert durch Investitionen in neues Vermögensverwaltungssystem
Segmentergebnis	94	77	-18%	
Verwaltete Vermögen	111 519	116 411	+4%	
– davon PAM	102 149	106 535	+4%	▪ Treiber: Positive Performance
– davon TPAM	9 370	9 876	+5%	▪ Treiber: Neugeldzufluss
Durchschnittlich verwaltete Vermögen	115 724	113 965	-2%	

# Anlageportfolio

Mio. CHF (Basis: Fair Value) – auf eigenes Risiko gehaltene Kapitalanlagen im Versicherungsgeschäft



1) Exposure in CDO/CLO, ABS, MBS usw.

# Cautionary statement regarding forward-looking information



This presentation is made by Swiss Life and may not be copied, altered, offered, sold or otherwise distributed to any other person by any recipient without the consent of Swiss Life. Although all reasonable effort has been made to ensure the facts stated herein are accurate and that the opinions contained herein are fair and reasonable, this document is selective in nature and is intended to provide an introduction to, and overview of, the business of Swiss Life. Where any information and statistics are quoted from any external source, such information or statistics should not be interpreted as having been adopted or endorsed by Swiss Life as being accurate. Neither Swiss Life nor any of its directors, officers, employees and advisors nor any other person shall have any liability whatsoever for loss howsoever arising, directly or indirectly, from any use of this information. The facts and information contained herein are as up to date as is reasonably possible and may be subject to revision in the future. Neither Swiss Life nor any of its directors, officers, employees or advisors nor any other person makes any representation or warranty, express or implied, as to the accuracy or completeness of the information contained in this presentation. Neither Swiss Life nor any of its directors, officers, employees and advisors nor any other person shall have any liability whatsoever for loss howsoever arising, directly or indirectly, from any use of this presentation. This presentation may contain projections or other forward-looking statements related to Swiss Life that involve risks and uncertainties. Readers are cautioned that these statements are only projections and may differ materially from actual future results or events. All forward-looking statements are based on information available to Swiss Life on the date of its posting and Swiss Life assumes no obligation to update such statements unless otherwise required by applicable law. This presentation does not constitute an offer or invitation to subscribe for, or purchase, any shares of Swiss Life.

# Kontakt details und Finanzkalender

## Kontakt

Media Relations Hotline

Tel. +41 (43) 284 77 77

E-mail [media.relations@swisslife.ch](mailto:media.relations@swisslife.ch)

## Finanzkalender

Zwischenmitteilung Q1

4. Mai 2010

Generalversammlung 2010

6. Mai 2010

Halbjahresresultate 2010

18. August 2010

Zwischenmitteilung Q3

10. November 2010

Für weitere Informationen besuchen Sie unsere Webseite

[www.swisslife.com](http://www.swisslife.com)